CULTURAS



EL HUMOR DE LOS ARGENTINOS





Una chica Divito, modelo 1952.

LA PAJA EN EL OJO AJENO

Desde la legendaria y pionera *El mosquito*, pasando por *Caras y Caretas*, *Patoruzú*, *Rico Tipo* y las más cercanas *Tía Vicenta*, *Satiricón* y *Humor*, el humorismo gráfico argentino pareciera deslizarse a través de dos carriles netamente definidos: el del costumbrismo y el de crítica social, marcado con fuerza por el signo de la política.

Para los fascinados por las líneas divisorias en el terreno del arte, habrá que decir que los especialistas en humorismo argentino coinciden, en general, en asegurar que desde comienzos de siglo hasta ese año vertiginoso que fue 1955, el costumbrismo monopolizó, prácticamente, el humor gráfico en la Argentina: *Patoruzú* y *Rico Tipo* son, al respecto, revistas hegemónicas de este tipo de humor durante las décadas del '30, '40 y '50. Producido el corte violento del '55, el humor cambia de signo: *Tía Vicenta*, la creación fundacional de Juan Carlos Colombres (*Landrú*), abre el cambio que transitarán, a su modo y entre otras, publicaciones como *Satiricón* y *Humor*. Los tiempos violentos que les tocaron vivir a estas revistas posteriores al traumático '55 no pasaron inadvertidos para sus creadores. Al humor calmo, descriptivo, casi antropológico del costumbrismo —donde Calé y Divito brillan indeclinablemente— le sucede un humor fuertemente contextualizado, inmediato, en gran medida virulento. El cambio es tan drástico que es posible imaginar que dentro de veinte años o más cualquier lector podrá captar con mayor rapidez el mundo autosuficiente del costumbrismo y quedar desconcertado ante el humor referencial, contextualizado del chiste político.

En los últimos años, este tema ha desbordado el círculo populoso de los lectores para pasar a ser un poderoso centro de atracción de ensayistas, semiólogos, sociólogos, quienes le adjudican un nivel de importancia similar al de la literatura, entre otras artes.

Este suplemento pretende intervenir en el debate. Para cumplir con su objetivo reproduce las tesis que sobre el humorismo argentino elaboraron Alberto Castro, Jorge Warley, Juan Sasturain y, a través de una entrevista, las de Jorge B. Rivera, autor del reciente *Medios de comunicación y cultura popular*, escrito en colaboración con Eduardo Romano y Aníbal Ford. En la contratapa, el argentino Miguel Bonasso revisa la situación del humqr en México.



Apegado a lo coyuntural, el humor de Daniel Paz y Rudy es más vertiginoso que el Bómbolo, de Divito.

SUMA DE VARIADOS INGREDIENTES

Mientras que el humor de *Rico Tipo* y *Patoruzú* permite reconstruir desde el presente una imagen de los usos y costumbres, de las formas de vida de aquellos años, difícilmente pueda concebirse un valor documental similar para dentro de veinte años al humor de hoy, tan excesivamente pegado a lo coyuntural, a sus modismos y vaivenes. Si se toma como ejemplo la revista *Humor*, basta confrontar su entrega Nº 105, en ocasión de su quinto aniversario, con una tapa dedicada a caricaturizar a los jerarcas del régimen militar como crucificadores de la República, con las actuales, para verificar la estabilización de un modelo que privilegia definitivamente el comentario de actualidad política. Considerando la presencia paralela de *Sex-Humor*, como una autonomización temática orientada a captar el interés del tímido destape nacional, puede visualizarse el doble andarivel por el que transitan las apetencias del actual público lector, marcadamente retraído como resultado de la situación económica. No obstante, nuevos dibujantes y humoristas se han incorporado a la actividad en los últimos tiempos, sorteando la dificultad que supone la escasa cantidad de publicaciones específicas hoy existentes, así como un relativo grado de estandarización que amenazaría cegar la posibilidad de nuevas propuestas. Dentro de la dominante política, las páginas de este mismo diario dan cuenta de una experiencia novedosa, que lleva la lucha ideológica a primer plano, tentando, asimismo, algunas alternativas formales.

La ocasión de un transitorio reflote del humor de costumbres se dará en la contracara de una imposibilidad. La censura militar potenciará, nuevamente, la indagación de la vida cotidiana. Tal será la característica de los primeros tiempos de la revista *Humor* que en su primer número, de 1978, declaraba su intención de abandonar "actitudes tremebundas". Desde aquel entonces y hasta el presente, los trabajos de Alfredo Grondona White lo recortan como un solitario heredero de la veta costumbrista. La experiencia de *Humor*, su continuidad a lo largo de una década, su carácter anfibio entre el costumbrismo y el humor político, permite seguir la alternancia entre el predominio de ambas modalidades, y especular incluso acerca del modo en que los distintos contextos históricos han incidido para la diversa combinatoria entre ambas vertientes. De este modo, la intensa politización que acompañó el derrumbe de la dictadura impregnó a la revista, acentuando una fuerte complicidad con un sector amplio de público que buscaba en sus páginas, más que esparcimiento, contrainformación, o una perspectiva alternativa al intransigente discurso militar. Esta misma complicidad de lectura alcanza a otros fenómenos de la época. Tal el caso del *Clemente*, de Caloi; una tira que había nacido años antes, en el marco de la "nacionalización" de la contratapa de *Clarín*, y que fue ganando reconocimiento en tanto, desde su mundo peculiar, canalizaba críticas a la situación económica y registraba, a su modo, una mirada popular sobre el acontecer del país. Desde esa misma página, alcanzaron una circulación masiva dos humoristas destacados a lo largo de todo este período: Crist y, fundamentalmente, Roberto Fontanarrosa. También en *Clarín* las caricaturas de Sábat enfrentaron el clima asfixiante de esos años, proponiendo una suerte de editorial complementario. Refiriéndose a las restricciones que enfrentaba, alguna vez Sábat dijo: "Acá la única lucidez que hay que tener, porque posibilidades hay pocas, como en todas partes del mundo, es saber percibir esas posibilidades en el momento preciso...". Efectivamente, de buenas dosis de ingenio y sentido de la oportunidad hicieron gala los humoristas argentinos en el transcurso de aquellos años, y la revista *Humor* queda como mejor ejemplo.

Como signo de un desajuste, Nini Marshall confesaba hace poco, a este diario, su disgusto ante los modos del humor presente, tan distinto, por cierto, del estilo más indulgente de su época. Y, coincidentemente, hace unos años, era César Bruto quien manifestaba no compartir el sarcasmo, la ácida visión del mundo que dominaba el humor argentino contemporáneo. Los dos, desde perspectivas diferentes, testimonian un idéntico malestar. Una incomodidad que da cuenta de la mutación sufrida por el humor de los argentinos en los últimos treinta años. Difícilmente, claro, los pudores de Catita o el apunte vecinal de aquella página de *Versos & notisias* podrían, hoy, atraer a un público habituado a la picaresca sexual o al comentario satírico de las desventuras de la aldea planetaria. Aquel viejo humor ligado al apunte de costumbres, interesado en la peripecia cotidiana de la gente común, ese humor del que ellos fueron artífices, ha retrocedido en el interés del público hasta refugiarse en un atenuado segundo plano. La hegemonía le corresponde al humor político, al trazo que en muchos casos lleva la impronta de la urgencia de la noticia.

LA MIRA

Habría que señalar cortes, marcas para diferenciar el humor gráfico y escrito costumbrista de otros humores. Y antes de apurar definiciones es mejor oponer zonas y conceptos. Lo costumbrista, por ejemplo, se identifica naturalmente con lo particular, el tiempo y espacio precisos e insoslayables, en contraposición a lo genérico, de connotación universal y más o menos desgajado de la historia. A la inversa, lo costumbrista excede en dispersión y generalidad intencional y temática a lo que sería un humor funcional, especializado en rubros y efectos.

En los papeles: una página costumbrista de Calé —porteñería, barrio y años cincuenta— es la antípoda humorística de una página de humor mudo de Mordillo— indiferenciación histórica, personaje "blanco" uniforme, tema universal—, pero al mismo tiempo, una secuencia o un grafodrama de Medrano se contraponen a una página satírica de Langer o a un chiste de Peni y Palomares actuales, marcados por la referencia política y la explicitud sexual. Es decir: lo costumbrista vs. lo genérico, pero también lo costumbrista vs. lo funcional.

Son categorías fluidas pero las preferimos a la equívoca contraposición entre el humor "blanco" y el "comprometido", tan fáciles como rebatibles, enmascaradoras de mecanismos y apenas asomadas a la zona temática del hunor.

La interpenetración y la importancia relativa entre estas tres zonas en los distintos medios y períodos determinan que el eje de la oposición principal divida las aguas de distinta manera: lo que sería —para no empezar desde muy atrás— la moderna "época de oro" del humor costumbrista —desde mediados de los cuarenta a fines de los cincuenta— marcaría el predominio obvio del costumbrismo más explícito —con Calé, Medrano, Oski-César Bruto, Rodolfo L. Taboada, Billy Kerosene— asociado a variantes del humor genérico, en oposición a un casi inexistente humor funcional. A modo de ejemplo, y a la inversa, la última década argentina está gobernada por el humor funcional más acusado de su historia, penetrado por ciertas formas del costumbrismo y soslayando casi hasta la desaparición al humor genérico.

Modos

La "época de oro" en la que nos detenemos está asociada al apogeo de dos medios semanales que llegaron a vender medio millón de ejemplares entre ambos: *Patoruzú* y *Rico Tipo*. El primero viene de la época del treinta, está marcado —hasta en el formato inicial, apaisado— por la impronta de su creador y su personaje: Quinterno y Patoruzú, y "atrasa" respecto de la modernidad fulgurante con que nace la revista de Divito en 1944. Gruesamente: *Patoruzú* es más conservador de usos y costumbres; *Rico Tipo*, más picaresco y transgresivo: humor para toda la familia vs. humor "para mayores", con las salvedades relativas al momento y los usos.

Hay medios que desarrollan, durante un tiempo, la línea de *Rico Tipo* y compiten con él, como *Pobre Diablo* y *Avivato*; otros, hacia el fin del período, crecen de su costado picaresco hacia la especialización: *Loco Lindo*, luego *Dinamita*, *Bomba H* y otras ya en coqueteo con la lectura clandestina...

El tercer canal importante por el que se difunde y consume humor son las páginas de los diarios, con *La Razón* como abanderada; allí conviven las expresiones de los *sindycates* yanquis con vertientes del humor genérico.

Puntualizando: lo costumbrista se manifiesta en el período a través de tres modalidades: a) Las páginas gráficas de observación de costumbres propiamente dichas, porteñas, en este caso, con el modelo ejemplar de Calé de "Buenos Aires en camiseta" y otros dos casos que constituyen variantes específicas, cambios en la mirada: *Versos & notisias* (sic) de Oski-César Bruto —virada hacia el delirio y la picardía grotesca— y las distintas secciones fijas de Medrano en *La Nación* y *El Hogar* —con un punto de vista más distanciado—. b) Los personajes característicos "de la fauna porteña" —la expresión es de Taboada—, sujetos de relatos o cuentos episódicos con sus andanzas, desarrollados a través de un texto más ilustración como "El Gordo Villanueva", de De la Plaza; "El Petiso Badaraco", de Billy Kerosene, "Juan Mondiola", de Bavio Esquiú; "Pocholo", de Meyrialle —todos en *Rico Tipo*— y sus equivalentes menos marcados por la marginalidad o el lumpenaje en *Patoruzú*: "Nolo Garavaglia", "Jovito Barrera", etc. c) Las tiras con personajes unilaterales, definidos por un rasgo de carácter o peculiaridad siempre repetida: "Don Fulgencio" o la ingenuidad; "Avivato" o la viveza porteña; "Tarrino" o la suerte; "Doña Tremebunda" o la fuerza, entre los de Lino Palacio; "Fúlmine", "Dr. Merengue", "Falluteli", "Bómbolo", "Pochita Morfoni", de Divito; "Cara de Angel", "Bólido", "Tara Service", "Pandora", de Ferro; "Amarroto", de Oski; "Capicúa", "Afanancio", "Piantadino", de Mazzone; "Purapinta", de Ianiro; "Desconfiacho", de Toño Gallo; "Chicato" y "Cicuta", de Faruk; "Lechervida", de Gómez; "Ventajita", de Uliano, entre muchos otros.

Esta última modalidad humorística, junto con las páginas temáticas —chistes de mozos, de bomberos, de suegras, de vacaciones, de médicos—, tienen gran peso y volumen en la definición del período, con zonas tangentes con el costumbrismo más agudo —"Merengue", "Falluteli", de Divito, muy "cargadas" socialmente— y con otras lindantes con el humor más "blanco" e intrascendente. Serán, por otra parte, las modalidades más expuestas a la rutina y las primeras en ser arrasadas cuando irrumpa, en 1956, *Tía Vicenta* con el humor de Landrú y sus insólitos colaboradores. Pero para hablar de Landrú hay que despejar las miradas.



**El doctor Merengue, de Divito, graficaba
de Sendra sobre**





Apegado a lo coyuntural, el humor de Daniel Paz y Rudy es más vertiginoso que el Bómbolo, de Divito.

SUMA DE VARIADOS INGREDIENTES

Mientras que el humor de *Rico Tipo* y *Patoruzú* permite reconstruir desde el presente una imagen de los usos y costumbres, de las formas de vida de aquellos años, difícilmente pueda concebirse un valor documental similar para dentro de veinte años al humor de hoy, tan excesivamente pegado a lo coyuntural, a sus modismos y vaivenes. Si se toma como ejemplo la revista *Humor*, basta confrontar su entrega N° 105, en ocasión de su quinto aniversario, con una tapa dedicada a caricaturizar a los jerarcas del régimen militar como crucificadores de la República, con las actuales, para verificar la estabilización de un modelo que privilegia definitivamente el comentario de actualidad política. Considerando la presencia paralela de *Sex-Humor*, como una autonomización temática orientada a captar el interés del tímido destape nacional, puede visualizarse el doble andarivel por el que transitan las apetencias del actual público lector, marcadamente retraído como resultado de la situación económica. No obstante, nuevos dibujantes y humoristas se han incorporado a la actividad en los últimos tiempos, sorteando la dificultad que supone la escasa cantidad de publicaciones específicas hoy existentes, así como un relativo grado de estandarización que amenazaría cegar la posibilidad de nuevas propuestas. Dentro de la dominante política, las páginas de este mismo diario dan cuenta de una experiencia novedosa, que lleva la lucha ideológica a primer plano, tentando, asimismo, algunas alternativas formales.

La ocasión de un transitorio reflote del humor de costumbres se dará en la contracara de una imposibilidad. La censura militar potenciará, nuevamente, la indagación de la vida cotidiana. Tal será la característica de los primeros tiempos de la revista *Humor* que en su primer número, de 1978, declaraba su intención de abandonar "actitudes tremebundas". Desde aquel entonces y hasta el presente, los trabajos de Alfredo Grondona White lo recortan como un solitario heredero de la veta costumbrista. La experiencia de *Humor*, su continuidad a lo largo de una década, su carácter anfibio entre el costumbrismo y el humor político, permite seguir la alternancia entre el predominio de ambas modalidades, y especular incluso acerca del modo en que los distintos contextos históricos han incidido para la diversa combinatoria entre ambas vertientes. De este modo, la intensa politización que acompañó el derrumbe de la dictadura impregnó a la revista, acentuando una fuerte complicidad con un sector amplio de público que buscaba en sus páginas, más que esparcimiento, contrainformación, o una perspectiva alternativa al intransigente discurso militar. Esta misma complicidad de lectura alcanza a otros fenómenos de la época. Tal el caso del *Clemente*, de Caloi; una tira que había nacido años antes, en el marco de la "nacionalización" de la contratapa de *Clarín*, y que fue ganando reconocimiento en tanto, desde su mundo peculiar, canalizaba críticas a la situación económica y registraba, a su modo, una mirada popular sobre el acontecer del país. Desde esa misma página, alcanzaron una circulación masiva dos humoristas destacados a lo largo de todo este período: Crist y, fundamentalmente, Roberto Fontanarrosa. También en *Clarín* las caricaturas de Sábat enfrentaron el clima asfixiante de esos años, proponiendo una suerte de editorial complementario. Refiriéndose a las restricciones que enfrentaba, alguna vez Sábat dijo: "Acá la única lucidez que hay que tener, porque posibilidades hay pocas, como en todas partes del mundo, es saber percibir esas posibilidades en el momento preciso...". Efectivamente, de buenas dosis de ingenio y sentido de la oportunidad hicieron gala los humoristas argentinos en el transcurso de aquellos años, y la revista *Humor* queda como mejor ejemplo.

Como signo de un desajuste, Nini Marshall confesaba hace poco, a este diario, su disgusto ante los modos del humor presente, tan distinto, por cierto, del estilo más indulgente de su época. Y, coincidentemente, hace unos años, era César Bruto quien manifestaba no compartir el sarcasmo, la ácida visión del mundo que dominaba el humor argentino contemporáneo. Los dos, desde perspectivas diferentes, testimonian un idéntico malestar. Una incomodidad que da cuenta de la mutación sufrida por el humor de los argentinos en los últimos treinta años. Difícilmente, claro, los pudores de Catita o el apunte vecinal de aquella página de *Versos & notisias* podrían, hoy, atraer a un público habituado a la picaresca sexual o al comentario satírico de las desventuras de la aldea planetaria. Aquel viejo humor ligado al apunte de costumbres, interesado en la peripecia cotidiana de la gente común, ese humor del que ellos fueron artífices, ha retrocedido en el interés del público hasta refugiarse en un atenuado segundo plano. La hegemonía le corresponde al humor político, al trazo que en muchos casos lleva la impronta de la urgencia de la noticia.

LA MIRADA DE LOS UNOS Y LOS OTROS

Por Juan Sasturain

Habría que señalar cortes, marcas para diferenciar el humor gráfico y escrito costumbrista de otros humores. Y antes de apurar definiciones es mejor oponer zonas y conceptos. Lo costumbrista, por ejemplo, se identifica naturalmente con lo particular, el tiempo y espacio precisos e insoslayables, en contraposición a lo genérico, de connotación universal y más o menos desgajado de la historia. A la inversa, lo costumbrista excede en dispersión y generalidad intencional y temática a lo que sería un humor funcional, especializado en rubros y efectos.

En los papeles: una página costumbrista de Calé —porteñería, barrio y años cincuenta— es la antípoda humorística de una página de humor mudo de Mordillo— indiferenciación histórica, personaje "blanco" uniforme, tema universal—, pero al mismo tiempo, una secuencia o un grafodrama de Medrano se contraponen a una página satírica de Langer o a un chiste de Peni y Palomares actuales, marcados por la referencia política y la explicitud sexual. Es decir: lo costumbrista vs. lo genérico, pero también lo costumbrista vs. lo funcional.

Son categorías fluidas pero las preferimos a la equívoca contraposición entre el humor "blanco" y el "comprometido", tan fáciles como rebatibles, enmascaradoras de mecanismos y apenas asomadas a la zona temática del humor.

La interpenetración y la importancia relativa entre estas tres zonas en los distintos medios y períodos determinan que el eje de la oposición principal divida las aguas de distinta manera: lo que sería —para no empezar desde muy atrás— la moderna "época de oro" del humor costumbrista —desde mediados de los cuarenta a fines de los cincuenta— marcaría el predominio obvio del costumbrismo más explícito —con Calé, Medrano, Oski-César Bruto, Rodolfo L. Taboada, Billy Kerosene— asociado a variantes del humor genérico, en oposición a un casi inexistente humor funcional. A modo de ejemplo, y a la inversa, la última década argentina está gobernada por el humor funcional más acusado de su historia, penetrado por ciertas formas del costumbrismo y soslayando casi hasta la desaparición al humor genérico.

Modos

La "época de oro" en la que nos detenemos está asociada al apogeo de dos medios semanales que llegaron a vender medio millón de ejemplares entre ambos: *Patoruzú* y *Rico Tipo*. El primero viene de la época del treinta, está marcado —hasta en el formato inicial, apaisado— por la impronta de su creador y su personaje: Quinterno y Patoruzú, y "atrasa" respecto de la modernidad fulgurante con que nace la revista de Divito en 1944. Gruesamente: *Patoruzú* es más conservador de usos y costumbres; *Rico Tipo*, más picaresco y transgresivo: humor para toda la familia vs. humor "para mayores", con las salvedades relativas al momento y los usos.

Hay medios que desarrollan, durante un tiempo, la línea de *Rico Tipo* y compiten con él, como *Pobre Diablo* y *Avivato*; otros, hacia el fin del período, crecen de su costado picaresco hacia la especialización: *Loco Lindo*, luego *Dinamita, Bomba H* y otras ya en coqueteo con la lectura clandestina...

El tercer canal importante por el que se difunde y consume humor son las páginas de los diarios, con *La Razón* como abanderada; allí conviven las expresiones de los *sindycates* yanquis con vertientes del humor genérico.

Puntualizando: lo costumbrista se manifiesta en el período a través de tres modalidades: a) Las páginas gráficas de observación de costumbres propiamente dichas, porteñas, en este caso, con el modelo ejemplar de Calé de "Buenos Aires en camiseta" y otros dos casos que constituyen variantes específicas, cambios en la mirada: *Versos & notisias* (sic) de Oski-César Bruto —virada hacia el delirio y la picardía grotesca— y las distintas secciones fijas de Medrano en *La Nación* y *El Hogar* —con un punto de vista más distanciado—. b) Los personajes característicos "de la fauna porteña" —la expresión es de Taboada—, sujetos de relatos o cuentos episódicos con sus andanzas, desarrollados a través de un texto más ilustración como "El Gordo Villanueva", de De la Plaza; "El Petiso Badaraco", de Billy Kerosene, "Juan Mondiola", de Bavio Esquiú; "Pocholo", de Meyrialle —todos en *Rico Tipo*— y sus equivalentes menos marcados por la marginalidad o el lumpenaje en *Patoruzú*: "Nolo Garavaglia", "Jovito Barrera", etc. c) Las tiras con personajes unilaterales, definidos por un rasgo de carácter o peculiaridad siempre repetida: "Don Fulgencio" o la ingenuidad; "Avivato" o la viveza porteña; "Tarrino" o la suerte; "Doña Tremebunda" o la fuerza, entre los de Lino Palacio; "Fúlmine", "Dr. Merengue", "Falluteli", "Bómbolo", "Pochita Morfoni", de Divito; "Cara de Angel", "Bólido", "Tara Service", "Pandora", de Ferro; "Amarroto", de Oski; "Capicúa", "Afanancio", "Piantadino", de Mazzone; "Purapinta", de Ianiro; "Desconfiacho", de Toño Gallo; "Chicato" y "Cicuta", de Faruk; "Lechervida", de Gómez; "Ventajita", de Uliano, entre muchos otros.

Esta última modalidad humorística, junto con las páginas temáticas —chistes de mozos, de bomberos, de suegras, de vacaciones, de médicos—, tienen gran peso y volumen en la definición del período, con zonas tangentes con el costumbrismo más agudo —"Merengue", "Falluteli", de Divito, muy "cargadas" socialmente— y con otras lindantes con el humor más "blanco" e intrascendente. Serán, por otra parte, las modalidades más expuestas a la rutina y las primeras en ser arrasadas cuando irrumpa, en 1956, *Tía Vicenta* con el humor de Landrú y sus insólitos colaboradores. Pero para hablar de Landrú hay que despejar las miradas.

Miradas

Son dos y tienen nombre y apellido: Calé y Medrano. Ellos sintetizan —como ya señaló alguna vez Jorge Rivera— dos vertientes del costumbrismo, dos aproximaciones distintivas.

La de Calé es la mirada horizontal, a ras del piso —que es la vereda del barrio— y su personaje es, por artificio semántico, por ambigüedad lingüística, ese pronombre indeterminado que inauguró —sujeto y objeto a la vez— no casualmente, Discépolo: "uno". Las cosas le pasan a "uno", que soy yo y es cualquiera. El drama o la felicidad personal es también colectiva; no hay distancia entre observador y observado sino búsqueda —y logro— de la identificación: "Cuando uno se va a sacar una foto, se imagina que va a salir así (dibujo); realmente sale así (dibujo); pero uno se ve así (dibujo)". Todo el efecto humorístico se apoya en ese acto de reconocimiento, de encontrarse "uno".

En el caso de Medrano, la mirada igualmente penetrante está más lejos —casi no hay primeros planos—, la "cámara" más arriba —memorable sección "desde la ventana" que pintaba escenas de Florida y Diagonal con escenario fijo— focalizándose en el centro de la ciudad —Buenos Aires "de traje", en general—; mientras en Calé el "trocén" era lugar al que se iba a laburar, al cine, y del que se volvía... Además, en Medrano, el texto que acompaña a la imagen muda de los "grafodramas" se dirige a la complicidad de un lector avisado que compartirá la referencia elusiva de una palabra-síntesis. No hay oralidad ni identificación sino un sujeto diferenciado que emite señales, un objeto observado y un observador que desentraña la clave.

Ese paso paulatino del eje de la identificación al de la complicidad como mecanismo humorístico se patentiza, radicalizado, en Landrú: su humor social, que observa y ridiculiza usos y costumbres, califica y clasifica a la población en "mersas" y "bienudos", "out" o "in"; salta, semántica, ideológicamente, del "uno" al "otro".

Tía Vicenta, de Landrú, fue una de las publicaciones que hizo escuela.

En la misma *Tía Vicenta*, y a lo largo de su itinerario más productivo hasta el cierre decretado por Onganía en el '66, otros fenómenos claves determinan la decadencia del costumbrismo concebido en la llamada época de oro. Además de florecer el humor político y crecer las formas funcionales más ricas y novedosas —el humor "negro", el absurdo—, el mismo Landrú desarrolla en forma monstruosa ciertos personajes que, aunque responden a los habituales mecanismos inocuos del humor unilateral, revientan los esquemas: "La familia Cateura", por ejemplo, donde el terrible padre, carnicero de inusitada crueldad, martiriza a su hijo Felipito haciéndolo estudiar violín y latín y castigándolo con patadas en la encía y el tímpano... o el insoportable Señor Porcel, otro energúmeno inclasificable.

Dos creadores excepcionales, Battaglia y Quino, ya en la curva de los sesenta, aportan nuevos aires a situaciones trilladas. Con "Motín a bordo", la oficina —ya sin "Don Fierro" y sin "Falluteli" y compañía—, se convierte en una verdadera batalla campal delirante y desmesurada. Con "Mafalda", la historieta familiar que deriva en kid-strip —tira infantil— se aleja de sus raíces costumbristas señaladas por Rivera y el apunte sociológico de Quino, que existe, es sólo un telón de fondo para una reflexión personalizada y cada vez más abstracta que inaugura el "compromiso" y un nuevo tipo de vínculo autor-lector: la sensación de participar en una ceremonia creativa que implica, a su vez, una respuesta social, una postura ideológica verbalizada.

En este sentido, Landrú, Battaglia y Quino tienden el puente que va del costumbrismo triunfante y celebratorio, al humor funcional, el campo afuera y los casilleros también.



Calé fue otro de los dibujantes que hicieron arte con el costumbrismo.

El doctor Merengue, de Divito, graficaba la esquizofrenia. Abajo, una ilustración de Sendra sobre el tema militar.



UN COSTUMBRISMO SATURADO

En sus orígenes, el humor gráfico en el país se restringe casi exclusivamente a la caricatura y el apunte político, parlamentario. ¿Cuándo se puede fechar el nacimiento del humor gráfico costumbrista?

—En la década del veinte, como desarrollo de un tipo de tira familiar de inspiración norteamericana. Un antecedente de esa anotación costumbrista sería *Sarrasqueta* de Redondo, que se publicaba en 1913 en *Caras y Caretas*, una tira que fluctuaba entre lo político y deslizamientos hacia lo cotidiano. Sería un primer esbozo, pero su estructura carecía de la flexibilidad que sí tendrán *Las aventuras de don Pancho Talero* de Lanteri, o *La familia de don Sofanor* de Rechain, que presentan un desarrollo anecdótico mucho más rico, y de allí la posibilidad de abrirse hacia lo cotidiano, hacia el registro de modas y cierto tipo de consumos. Ambas son buenos ejemplos de ese nuevo humor costumbrista que tiene como centro el ambiente familiar.

—¿Cuáles eran las publicaciones características de esa primera etapa?

—Revistas, básicamente, de gran formato y circulación como *El Hogar, Mundo Argentino* o la última etapa de *Caras y Caretas*. Eran revistas caras, que mantenían una zona de información sobre vida social, consumo suntuario, modas, lo que permite inferir un perfil de consumidor bastante conspicuo. Es interesante señalar la transformación de *Caras y Caretas* que, de principios de siglo a la década del treinta, pasa de ser una especie de *magazine* de consumo masivo a una publicación de circulación más restringida. Da cuenta del pasaje de un público de neolectores, de origen inmigratorio reciente, a otro ya integrado al sector terciario, con mayor desarrollo económico social y educativo.

En la década del treinta hay una riqueza de producción de la cultura popular notable. Basta pensar en el tango de la guardia nueva, el auge del cine nacional, toda la etapa del radioteatro, constituyendo una malla creativa con una identidad propia bastante fuerte. No hay ningún equivalente posterior de una productividad semejante.

—Al historiar este fenómeno usted incluso ha dado cuenta de los vasos comunicantes entre esta producción y la cultura alta. Una articulación que también, luego, habrá de debilitarse.

—Sí, creo que *La familia de don Sofanor* de Rechain, que se empieza a publicar en *La Novela Semanal* en 1925, es una transposición, si bien en una clave mucho más amable, del universo de *Pequeños propietarios* o *Noche terrible* de Roberto Arlt. Diría que esas articulaciones podrían extenderse hasta incluir las líneas de reflexiones sobre el carácter argentino a las que contribuyen durante la década del treinta los ensayos de Martínez Estrada y Scalabrini Ortiz, entre otros.

*—En 1936 aparece la revista **Patoruzú, Rico Tipo** en el '45. ¿Coincide en ubicar en ese período el momento de auge del humor costumbrista?*

—Sí, por la variedad de expresiones. Además, el humor del treinta está todavía muy ceñido a la línea del sainete que culmina en la representación de *El conventillo*, de Torino, no dando lugar a un humor delirante como el que propondría Battaglia. Obviamente, la aparición de estos dos nuevos medios permite, más allá de las restricciones que pudieran imponerles Quinterno o Divito, ciertos deslizamientos hacia el absurdo, el humor negro, el sinsentido. Vertientes que en otras estratificaciones más rígidas, con un verosímil demasiado fundado, no podían tener cabida.

—Habitualmente se considera que la riqueza del humor de costumbres en la etapa peronista se corresponde con la imposibilidad de abordar el humor político. Sin embargo, en lo que usted señala podría advertirse una acumulación anterior, en condiciones históricas diferentes.

—Pienso que la hipótesis de que el peronismo clausura una determinada línea de humor en beneficio de otra no funciona demasiado. Hay fenómenos que son previos, y permiten suponer que los mecanismos y las correspondencias serían más complejos. Allí está el caso, alguna vez mencionado como resultante de la imposibilidad de un humor político en el peronismo, del predominio de las tipologías universales. Ya sean los caracteres (el amarrete, el falluto, el avivado) o cierto tipo de personajes de rango universal, como *Don Fulgencio*. Esta tendencia, en realidad, arranca a mediados de la década anterior, entre 1935 y 1940.

—Volviendo a precisar los públicos, ¿qué masividad alcanzaban estos medios?

—Tenían tiradas muy altas, y da la impresión de que la tipificación del público se corresponde con un nuevo sector que se está incorporando al consumo a través de todo el proceso de migraciones internas, urbanización e industralización que acentúa el peronismo. Creo que basta leer *Rico Tipo* para darse cuenta de su circulación. Particularmente el sistema de remisiones que vincula diagramación, humor y publicidad, que es, efectivamente, nuevo. Hay una conexión entre los avisos de gomina Brancato o Glostora y la tipología que el dibujante Calé trazaba en una página que se denominaba "Cada cual con su pintita", mostrando 20 formas diferentes de peinado entre los hombres que balconeaban en la puerta de la milonga. Calé era, ciertamente, un antropólogo haciendo una descripción minuciosa: a la cachetada, con jopo, cola de pato, patilla, rulo. Algo fantástico.

Después esto se pierde. En la siguiente etapa hay una suerte de impugnación a este destape consumista que de algún modo documenta Calé. Destape bienvenido, diría, porque esta gente por primera vez podía acceder a la Glostora, a los muebles, a los trajes de la sastrería González. Así como hay una actitud de consentimiento con respecto al consumo, hay una actitud más liviana con respecto a las costumbres. Yo diría que el tipo que da la visión más exasperada, más crítica, es, paradojalmente, Calé, siendo tal vez el que superficialmente parece más apegado. Tiene una decepción casi existencialista en su mirada; cuando mira al mundo lo que encuentra ▶

Domingo 7 de febrero de 1988

ADA DE LOS UNOS Y LOS OTROS

Por Juan Sasturain

Miradas

Son dos y tienen nombre y apellido: Calé y Medrano. Ellos sintetizan —como ya señaló alguna vez Jorge Rivera— dos vertientes del costumbrismo, dos aproximaciones distintivas.

La de Calé es la mirada horizontal, a ras del piso —que es la vereda del barrio— y su personaje es, por artificio semántico, por ambigüedad lingüística, ese pronombre indeterminado que inauguró —sujeto y objeto a la vez— no casualmente, Discépolo: "uno". Las cosas le pasan a "uno", que soy yo y es cualquiera. El drama o la felicidad personal es también colectiva; no hay distancia entre observador y observado sino búsqueda —y logro— de la identificación: "Cuando uno se va a sacar una foto, se imagina que va a salir así (dibujo); realmente sale así (dibujo); pero uno se ve así (dibujo)". Todo el efecto humorístico se apoya en ese acto de reconocimiento, de encontrarse "uno".

En el caso de Medrano, la mirada igualmente penetrante está más lejos —casi no hay primeros planos—, la "cámara" más arriba —memorable sección "desde la ventana" que pintaba escenas de Florida y Diagonal con escenario fijo— focalizándose en el centro de la ciudad —Buenos Aires "de traje", en general—; mientras en Calé el "trocén" era lugar al que se iba a laburar, al cine, y del que se volvía... Además, en Medrano, el texto que acompaña a la imagen muda de los "grafodramas" se dirige a la complicidad de un lector avisado que compartirá la referencia elusiva de una palabra-síntesis. No hay oralidad ni identificación sino un sujeto diferenciado que emite señales, un objeto observado y un observador que desentraña la clave.


Tía Vicenta, **de Landrú, fue una de las publicaciones que hizo escuela.**

Ese paso paulatino del eje de la identificación al de la complicidad como mecanismo humorístico se patentiza, radicalizado, en Landrú: su humor social, que observa y ridiculiza usos y costumbres, califica y clasifica a la población en "mersas" y "bienudos", "out" o "in"; salta, semántica, ideológicamente, del "uno" al "otro".

En la misma *Tía Vicenta*, y a lo largo de su itinerario más productivo hasta el cierre decretado por Onganía en el '66, otros fenómenos claves determinan la decadencia del costumbrismo concebido en la llamada época de oro. Además de florecer el humor político y crecer las formas funcionales más ricas y novedosas —el humor "negro", el absurdo—, el mismo Landrú desarrolla en forma monstruosa ciertos personajes que, aunque responden a los habituales mecanismos inocuos del humor unilateral, revientan los esquemas: "La familia Cateura", por ejemplo, donde el terrible padre, carnicero de inusitada crueldad, martiriza a su hijo Felipito haciéndolo estudiar violín y latín y castigándolo con patadas en la encía y el tímpano... o el insoportable Señor Porcel, otro energúmeno inclasificable.

Dos creadores excepcionales, Battaglia y Quino, ya en la curva de los sesenta, aportan nuevos aires a situaciones trilladas. Con "Motín a bordo", la oficina —ya sin "Don Fierro" y sin "Falluteli" y compañía—, se convierte en una verdadera batalla campal delirante y desmesurada. Con "Mafalda", la historieta familiar que deriva en kid-strip —tira infantil— se aleja de sus raíces costumbristas señaladas por Rivera y el apunte sociológico de Quino, que existe, es sólo un telón de fondo para una reflexión personalizada y cada vez más abstracta que inaugura el "compromiso" y un nuevo tipo de vínculo autor-lector: la sensación de participar en una ceremonia creativa que implica, a su vez, una respuesta social, una postura ideológica verbalizada.

En este sentido, Landrú, Battaglia y Quino tienden el puente que va del costumbrismo triunfante y celebratorio, al humor funcional, el campo afuera y los casilleros también.



Calé fue otro de los dibujantes que hicieron arte con el costumbrismo.


la esquizofrenia. Abajo, una ilustración el tema militar.



UN COSTUMBRISMO SATURADO

En sus orígenes, el humor gráfico en el país se restringe casi exclusivamente a la caricatura y el apunte político, parlamentario. ¿Cuándo se puede fechar el nacimiento del humor gráfico costumbrista?

—En la década del veinte, como desarrollo de un tipo de tira familiar de inspiración norteamericana. Un antecedente de esa anotación costumbrista sería *Sarrasqueta* de Redondo, que se publicaba en 1913 en *Caras y Caretas*, una tira que fluctuaba entre lo político y deslizamientos hacia lo cotidiano. Sería un primer esbozo, pero su estructura carecía de la flexibilidad que sí tendrán *Las aventuras de don Pancho Talero* de Lanteri, o *La familia de don Sofanor* de Rechain, que presentan un desarrollo anecdótico mucho más rico, y de allí la posibilidad de abrirse hacia lo cotidiano, hacia el registro de modas y cierto tipo de consumos. Ambas son buenos ejemplos de ese nuevo humor costumbrista que tiene como centro el ambiente familiar.

—¿Cuáles eran las publicaciones características de esa primera etapa?

—Revistas, básicamente, de gran formato y circulación como *El Hogar, Mundo Argentino* o la última etapa de *Caras y Caretas*. Eran revistas caras, que mantenían una zona de información sobre vida social, consumo suntuario, modas, lo que permite inferir un perfil de consumidor bastante conspicuo. Es interesante señalar la transformación de *Caras y Caretas* que, de principios de siglo a la década del treinta, pasa de ser una especie de *magazine* de consumo masivo a una publicación de circulación más restringida. Da cuenta del pasaje de un público de neolectores, de origen inmigratorio reciente, a otro ya integrado al sector terciario, con mayor desarrollo económico social y educativo.

En la década del treinta hay una riqueza de producción de la cultura popular notable. Basta pensar en el tango de la guardia nueva, el auge del cine nacional, toda la etapa del radioteatro, constituyendo una malla creativa con una identidad propia bastante fuerte. No hay ningún equivalente posterior de una productividad semejante.

—Al historiar este fenómeno usted incluso ha dado cuenta de los vasos comunicantes entre esta producción y la cultura alta. Una articulación que también, luego, habrá de debilitarse.

—Sí, creo que *La familia de don Sofanor* de Rechain, que se empieza a publicar en *La Novela Semanal* en 1925, es una transposición, si bien en una clave mucho más amable, del universo de *Pequeños propietarios* o *Noche terrible* de Roberto Arlt. Diría que esas articulaciones podrían extenderse hasta incluir las líneas de reflexiones sobre el carácter argentino a las que contribuyen durante la década del treinta los ensayos de Martínez Estrada y Scalabrini Ortiz, entre otros.

—En 1936 aparece la revista ***Patoruzú****, Rico Tipo en el '45. ¿Coincide en ubicar en ese período el momento de auge del humor costumbrista?*

—Sí, por la variedad de expresiones. Además, el humor del treinta está todavía muy ceñido a la línea del sainete que culmina en la representación de *El conventillo*, de Torino, no dando lugar a un humor delirante como el que propondría Battaglia. Obviamente, la aparición de estos dos nuevos medios permite, más allá de las restricciones que pudieran imponerles Quinterno o Divito, ciertos deslizamientos hacia el absurdo, el humor negro, el sinsentido. Vertientes que en otras estratificaciones más rígidas, con un verosímil demasiado fundado, no podían tener cabida.

—Habitualmente se considera que la riqueza del humor de costumbres en la etapa peronista se corresponde con la imposibilidad de abordar el humor político. Sin embargo, en lo que usted señala podría advertirse una acumulación anterior, en condiciones históricas diferentes.

—Pienso que la hipótesis de que el peronismo clausura una determinada línea de humor en beneficio de otra no funciona demasiado. Hay fenómenos que son previos, y permiten suponer que los mecanismos y las correspondencias serían más complejos. Allí está el caso, alguna vez mencionado como resultante de la imposibilidad de un humor político en el peronismo, del predominio de las tipologías universales. Ya sean los caracteres (el amarrete, el falluto, el avivado) o cierto tipo de personajes de rango universal, como *Don Fulgencio*. Esta tendencia, en realidad, arranca a mediados de la década anterior, entre 1935 y 1940.

—Volviendo a precisar los públicos, ¿qué masividad alcanzaban estos medios?

—Tenían tiradas muy altas, y da la impresión de que la tipificación del público se corresponde con un nuevo sector que se está incorporando al consumo a través de todo el proceso de migraciones internas, urbanización e industrialización que acentúa el peronismo. Creo que basta leer *Rico Tipo* para darse cuenta de su circulación. Particularmente el sistema de remisiones que vincula diagramación, humor y publicidad, que es, efectivamente, nuevo. Hay una conexión entre los avisos de gomina Brancato o Glostora y la tipología que el dibujante Calé trazaba en una página que se denominaba "Cada cual con su pintita", mostrando 20 formas diferentes de peinado entre los hombres que balconeaban en la puerta de la milonga. Calé era, ciertamente, un antropólogo haciendo una descripción minuciosa: a la cachetada, con jopo, cola de pato, patilla, rulo. Algo fantástico.

Después esto se pierde. En la siguiente etapa hay una suerte de impugnación a este destape consumista que de algún modo documenta Calé. Destape bienvenido, diría, porque esta gente por primera vez podía acceder a la Glostora, a los muebles, a los trajes de la sastrería González. Así como hay una actitud de consentimiento con respecto al consumo, hay una actitud más liviana con respecto a las costumbres. Yo diría que el tipo que da la visión más exasperada, más crítica, es, paradojalmente, Calé, siendo tal vez el que superficialmente parece más apegado. Tiene una decepción casi existencialista en su mirada; cuando mira al mundo lo que encuentra



es una especie de opacidad. Con su angustia metafísica contrariaba el voluntarismo optimista de la época. Una crítica que no está en dibujantes como Seguí, Torino o Divito, fundamentalmente no en éste último. Creo que en Divito sí hay un aprendizaje y aceptación del hedonismo. Sus famosas "chicas" tienen una sensualidad agresiva, fuerte, una erotización que en otros dibujantes no está para nada. Pero en general predomina una visión recuperadora de lo cotidiano, que tiende a suavizar los conflictos, llevándolos hacia un tono casi siempre menor. Otras excepciones serían las de Medrano, o la acentuación del absurdo que hace Oski, con sus personajes de clima anacrónico donde está implicando al conjunto de la sociedad.

—Después de 1955, ¿cuál es el cambio de signo en el humor costumbrista?

—Empieza a ser reemplazado por una nueva línea de humor absurdo, al estilo Landrú. La crítica de costumbres va desapareciendo, vuelve una suerte de humor político, y hacen su aparición humoristas intelectualizados tanto en su repertorio temático como en su lenguaje: Quino, especialmente Kalondi, buena parte del equipo de *Tía Vicenta* o el de *Cuatro Patas.* Los canales son revistas de otro formato, dirigidas a un público más exclusivo y que tiene otro tipo de claves. Clase media profesional, o con formación universitaria, y de características socioeconómicas con un nivel más alto que el público que consumía *Rico Tipo.*

—¿Podría pensarse que hay un público que en esos años se retira del consumo de revistas?

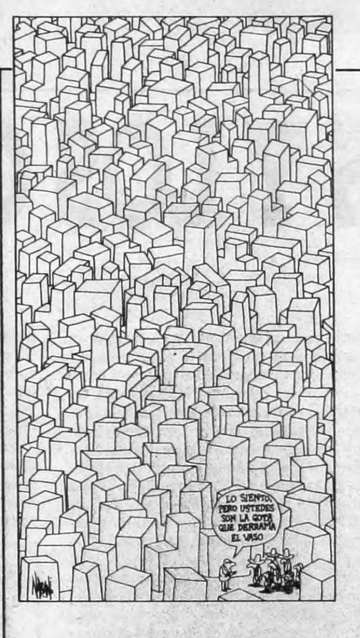
—Efectivamente. Ese público se orienta hacia la televisión, que en toda la primera etapa está alimentada por los prototipos del viejo costumbrismo del cine de los años cuarenta. La televisión recicla figuras y repertorios temáticos, y el público encuentra allí, entonces, un tipo de producción en el cual reconocerse. Se restablece una circulación. El trabajo de Quino de algún modo ejemplifica las características del humor gráfico en este período, en el marco de una publicación de circuito restringido como *Primera Plana.* Su apelación anticonsumista, su crítica al *establishment*, representaría una especie de inversión con respecto al modelo de la década anterior. Más que vasos comunicantes entre cultura popular y alta, lo que se verifica es que la vanguardia, en la onda ditelliana, se alimenta de productos como el melodrama, el folletín sentimental, la novela rosa o el radioteatro de la década de oro. Una recuperación paródica y con una ironía distanciadora.

—Las dos revistas más destacadas, de algún modo paradigmáticas del período siguiente, Satiricón y Hortensia, significativamente aparecen ambas en 1972. ¿Cómo se inscribe la línea costumbrista en ese contexto de fuerte convulsión social?

—Pienso que *Hortensia,* en algunos aspectos, era excesivamente localista, casi hermética, más que un regionalismo cordobés a veces parecía un producto específico del barrio San Vicente. En cuanto a *Satiricón,* diría que está despiadadamente alejada de algunas de las bonhomías de *Rico Tipo* y *Patoruzú.* Alguna vez, conversando con Carlos Warnes (César Bruto), él me decía que si bien colaboraba en estas publicaciones, no se sentía cómodo. Sentía que el humor de la época era excesivamente agresivo, y percibía una suerte de desacople histórico. Juzgaba a este humor demasiado virulento, poco condescendiente. Y ahí daba la nota del humor de *Satiricón:* una visión no recuperadora, no integradora, no descifradora de un aprendizaje de lo social. En *Rico Tipo* se apelaba a la integración a un nuevo tipo de sociedad, a nuevas reglas de juego comunitarias.

—Podría pensarse que el agotamiento del costumbrismo, hoy, se verifica en el marco de una sociedad fragmentada, donde se hace difícil elaborar para el conjunto, y donde incluso el humor restringe su eficacia a públicos específicos. Quizás tan sólo el humor político, en su carácter de apunte coyuntural, concite un interés más amplio.

—Es posible. Podría hablarse de una saturación o cierre para la tradición costumbrista, como si fuera un producto que ya no tiene aceptación en el mercado. Pero también, para remitirnos a la época de oro, podría pensarse en la existencia de un proyecto para el conjunto social en los años cuarenta, del que pareceríamos carecer hoy día. En todo caso, los que se formulan carecen de verosimilitud en una sociedad fuertemente escindida. Quizás la declinación del humor costumbrista esté dando cuenta de la imposibilidad de lograr la integración de lo social, lo político y lo cultural.



"Lo siento, pero ustedes son la gota que derrama el vaso", dice Rogelio Naranjo. Abajo, otra mirada sobre su país.

MEXICO

EL HUMOR ES UNA COSA SERIA

Por Miguel Bonasso

Desde los tiempos de Benito Juárez hasta el presente, el humor gráfico en México ha sido y sigue siendo predominantemente político.

Las revistas de caricatura, que comenzaron a proliferar tan pronto como el país expulsó a las tropas de Napoleón el pequeño, fueron en el siglo pasado un poderoso instrumento para conquistar el poder o para derribar a los adversarios que lo detentaban.

Así ocurrió literalmente en 1880 con el semanario satírico *El Ahuizote* que, financiado por el general Porfirio Díaz,contribuyó a la caída del presidente Sebastián Lero de Tejada.

Su aparente sucesor, el hijo de *El Ahuizote*, dirigido por Daniel Cabrera (hermano del famoso líder liberal Luis Cabrera) fue, por el contrario, vehículo eficaz para apresurar el derrumbe de la dictadura de Porfirio Díaz.

Cien años después ya no hay en México revistas de caricaturas y los "moneros" o "cartonistas", por más agudos y eficaces que sean, no tienen tanta suerte para desestabilizar al sexagenario sistema mexicano, pero de todos modos el humor político sigue gravitando en la sociedad.

Una anécdota reciente prueba que esta tradición conserva vigencia: un poco en broma y bastante en serio, el dibujante Magú, que divierte cotidianamente a los lectores del matutino *La Jornada*, tuvo la ocurrencia de felicitar a los partidos políticos opositores por organizar una supuesta marcha frente al Zócalo (palacio presidencial) para protestar contra el pacto de solidaridad económica que suscribieron el gobierno, los empresarios y los sindicatos que la oposición cuestiona duramente.

En ese momento la marcha sólo existía en el cartón de Magú, pero de inmediato se le sumaron los otros humoristas de *La Jornada* —Fisgón, Ahumada, Rocha, Ulises, Helguera— y el 14 de enero último la plaza del Zócalo se llenó con una multitud antipacto, integrada por contingentes de todas las fuerzas de oposición.

Sin embargo, a despecho de esta capacidad de convocatoria de los humoristas gráficos, México no cuenta desde hace años con revistas de humor "serias" (valga la paradoja) es decir exitosas y constantes como ha ocurrido en el caso argentino.

La última fue *La garrapata* que dejó de aparecer en 1981, que tuvo tres épocas muy definidas: del 67 al 69, del 69 al 70 y del 79 al año de su cierre.

La garrapata, creada por cuatro humoristas gráficos de primer nivel, Naranjo, Helio Flores, A. B., y Rius, llegó a tirar en su apogeo unos 40.000 ejemplares por edición.

Desde su desaparición, "moneros" y caricaturistas políticos han debido limitarse al cartón individual en diarios y semanarios de información general, solamente los más famosos han podido encontrar otra vía de expresión a través de libros e historietas de venta en kioscos. En este terreno llevan la delantera dos formidables humoristas: el ácido Rogelio Naranjo —cartonista del diario *Universal* y el semanario *Proceso*— y Eduardo del Río, conocido por su pseudónimo Rius.

Naranjo es un excepcional dibujante y caricaturista, heredero de una tradición que supo rescatar para el género humorístico artistas plásticos de la valía de Guadalupe Posadas, el grabador, y José Clemente Orozco, el célebre muralista.

Rius,por su parte, combina dibujos y textos breves y es el padre de la historieta política a nivel mundial. Su producción más famosa, como *Los supermachos* o *Los agachados*, alcanzaron tiradas semanales superiores a los 300.000 ejemplares. Cada año saca dos libros de divulgación política e infaliblemente son best-sellers. Entre los más vendidos figuran el que dedicó al *Manifiesto Comunista*, *Cuba para iniciados* y *El demonio se llama Trotsky*. El dato, que no deja de ser curioso en un país donde la izquierda tiene un caudal electoral relativamente pequeño, no debe llamar a engaño. Al lado de estos trabajos de real calidad prolifera una industria de "comics" e historietas de los más diversos géneros que envenenan a la inmensa mayoría de la población.

Publicaciones como *Kaliman*, o *Lágrimas y Risas*, que orillan los dos millones de ejemplares por semana, anegan el mercado.

En esa lucha desigual contra la baratura y la enajenación que promueven los grupos editoriales más poderosos, los humoristas mexicanos no cuentan con el apoyo de los diarios para responder en parte con buenos suplementos de humor.

Hace algunos años el matutino *Uno más uno* logró una excepción a la regla con el desaparecido suplemento *Más o menos.* Y ahora el mismo equipo que lo llevó a cabo (Magú, Ahumada, Fisgón) se apresta a un nuevo intento esta vez desde *La Jornada.*

El Fisgón, uno de los creadores de este nuevo suplemento que se llamará *Mejor nada* confió a **Página/12** sus esperanzas de que este nuevo medio logre repetir hazañas como de la manifestación al Zócalo. Es decir, que a los humoristas se los siga tomando políticamente en serio.

